

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ КОМПОНЕНТ КАК ОПОРНЫЙ ЭЛЕМЕНТ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ И ЕГО ЭКСПЛИКАЦИЯ В ЗНАЧЕНИИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ

Аннотация. Национальная лингвокультура состоит из различных языковых явлений, которые олицетворяют в себе принципы жизни народа той или иной страны. Для передачи национально-культурной специфики широко используется фразеологический корпус языка. Особый интерес представляют фразеологические единицы, содержащие национально-культурный компонент, тем самым относя фразеологизмы к той или иной культуре. Культурная составляющая (или коннотация) в составе фразеологизмов выражает определенные черты того или иного народа, особенности их мировоззрения или менталитета, традиции и обычаи. Актуальность данного исследования состоит в том, что в современной науке до сих пор нет единого мнения о роли и ценности национально-культурного компонента в составе фразеологических единиц. Также очень редко проводится сопоставление между лингвокультурами в попытке понять, как и почему то или иное слово отражает национальные особенности. Цель статьи - исследование национально-культурной специфики фразеологического сегмента английского языка. Методами исследования в данной работе являются анализ значения по словарным дефинициям, сопоставительный метод, методика контент-анализа. Основными результатами исследования являются выводы о том, что национально-культурный компонент может находиться в любой из составляющих фразеологического значения и выполнять какую-либо функцию, через которую можно объяснить возникновение и развитие этой единицы. Кроме того, единицы, имеющие индивидуальную форму, значение и область использования в разных культурах, могут не совпадать по одному или нескольким признакам, и слово является формой отображения понятия, над которым присутствует дополнительный национальный фон.

Ключевые слова: *фразеология, фразеологизмы, фразеологическое значение, национально-культурный компонент, культурная коннотация, национальный фон, базовые концепты, картина мира, семантические поля, методы изучения.*

NATIONAL- CULTURAL COMPONENT AS THE BASIC ELEMENT OF LINGOCULTURE AND ITS EXPLICATION IN THE MEANING OF PHRASEOLOGICAL UNITS

Abstract. National linguistic culture consists of various linguistic phenomena that embody the principles of the life of the people of a particular country. The phraseological corpus of the language is widely used to convey national and cultural specifics. Phraseological units containing a national-cultural component are of particular interest, thereby referring phraseological units to a particular culture. The cultural component (or connotation) in the phraseological units expresses certain features of a particular people, the peculiarities of their worldview or mentality, traditions and customs. The relevance of this study lies in the fact that in modern science there is still no consensus on the role and value of the national cultural component in the composition of phraseological units. It is also very rare to compare between linguistic cultures in an attempt to understand how and why a particular word reflects national

characteristics. The purpose of the article is to study the national and cultural specifics of the phraseological segment of the English language. The research methods in this work are the analysis of meaning by dictionary definitions, the comparative method, the methodology of content analysis. The main results of the study are the conclusions that the national cultural component can be located in any of the components of the phraseological meaning and perform any function through which the emergence and development of this unit can be explained. In addition, units that have an individual form, meaning and scope of use in different cultures may not coincide on one or more grounds, and a word is a form of representation of a concept over which there is an additional national background.

Keywords: *phraseology, phraseological units, phraseological meaning, national-cultural component, cultural connotation, national background, basic concepts, viewworld.*

В современном языкознании взаимная связь языка и культуры не вызывает сомнений. Каждый язык неотделим от культуры, которая составляет его содержательный аспект. Язык признается важнейшим элементом культуры, который создан определенным человеческим обществом. Более того, язык является средством сохранения культуры определенного народа, ведь язык не только отражает современную культуру, но и фиксирует ее предыдущие состояния и передает ее ценности от поколения к поколению.

Еще В. Фон Гумбольдт отмечал, что язык напрямую связан с культурой, она уникальна и национальна, а национальный характер культуры выражается в языке через особое восприятие окружающего мира. Помимо этого, язык обладает внутренней формой, присущей каждой нации, которая является выражением духа народа и его культуры [1].

Определенные представления, знания, ассоциации, переживания, находящиеся в сознании человека и сопровождающиеся словесно, представляют из себя определенный концепт. Такой концепт служит одним из основных составляющих культуры в ментальном мире человека. Концепты служат опорными элементами для каждой культуры, отображая в них особенности менталитета и культурные ценности.

Базовые концепты объединяют представителей определенной лингвокультуры, тем самым обеспечивая взаимопонимание между ними.

Во многих случаях картина мира создается пониманием, а не языковыми средствами. Слово является формой отображения понятия, над которым присутствует дополнительный национальный фон.

Рассмотрим пример, иллюстрирующий не только расхождение в смысловой структуре английского и русского языков, но и разный подход к выделению отличительных признаков предметов, лежащих в основе понятий.

В русском языке слово *рука* - это «верхняя конечность человека от плеча до пальцев, а также от запястья до пальцев» [2, с. 560], т.е. либо вся рука, либо кисть. На английский язык *рука* может переводиться путем использования следующих лексем: *hand, arm* (“*arm* – one of the two long parts of your body with your hands at the end” [3, p.67], “*hand* – the part of your body at the end of each arm you use for picking up holding things” [3, p. 680]. Для русскоязычного человека дословный перевод предложения “*Raise your*

hands” будет звучать как «*Поднимите свои кисти*», что на самом деле предполагает перевод «*Поднимите руки*».

Особенно ярко народный дух и характер нации находят свое проявление во фразеологических единицах (далее – ФЕ), которые функционируют в языке в качестве средства понимания окружающей действительности.

По определению профессора А. В. Кунина фразеологизм – «это устойчивое сочетание слов с осложненной семантикой, не образующееся по порождающим структурно-семантическим моделям переменных словосочетаний» [4, с. 5].

Фразеологизмы существуют в языке и остаются в нем на протяжении всей его истории. Во фразеологии запечатлен богатый исторический опыт народа, в ней отражены представления, связанные с трудовой деятельностью, бытом и культурой людей. Фразеологизмы справедливо считаются одним из наиболее ярких проявлений национально-культурной специфики языка. Однако вопрос о том, в чем проявляется эта специфика, не перестает оставаться предметом дискуссий.

По справедливому замечанию В.Н. Телия, «в языке закрепляются и фразеологизируются именно те образные выражения, которые ассоциируются с культурно национальными эталонами, стереотипами, мифологемами и т.п. и которые при употреблении в речи воспроизводят характерный для той или иной лингвокультурной общности менталитет» [5, с. 233].

Многие ученые отмечают способность фразеологизмов выступать в роли экспонентов культурных знаков, не только синхронно включаясь в действующую систему культурно-национального миропонимания, но и «транслируя ее фрагменты из поколения в поколение, участвуя тем самым в формировании миропонимания как отдельной языковой личности, так и языкового коллектива» [6, с. 308].

Соотношение культуры и языка проявляется в информации, заложенной, хранимой и сообщаемой в словах каждого языка. К таким словам, прежде всего, относятся **слова-реалии**. Именно слова-реалии, содержащие национально-культурную семантику, позволяют проникнуть в культуру носителей языка, в их фоновые значения. По определению О.С. Ахмановой, **реалии** – «разнообразные факторы, изученные внешней лингвистикой, такие как государственное устройство страны, история и культура данного народа, языковые контакты носителей языка и т.п. с точки зрения их отражения в данном языке» [7, с.381].

Источниками для культурной коннотации могут послужить различные реалии, которые можно разделить на следующие группы:

1. **Ритуальные поверья и заклинания:** *cross your fingers* – скрещивать пальцы;

2. **Стереотипы народного мышления:** *break the wishbone and make a wish* – сломать «вилочку» на удачу, *bless someone when they've sneezed* – говорить: «Будь здоров!», когда кто-то чихает;

3. Характерные **устойчивые выражения**, свойственные только этой лингвокультуре: *as strong as a horse* – эталон здоровья передается в устойчивом выражении при сравнении с лошастью;

4. **Слова-символы**, заменяющие определенную идею, заложенную в значение фразы: *to take ones`s cross* – нести свой крест (слово «крест» используется в значении «судьба»);

5. **Фразеологизмы из литературы, философии и истории**: *Achiles` heel* – ахиллесова пята; *the Trojan Horse* – троянский конь, скрытая опасность;

6. **Национально-культурный компонент в маркированных реалиях**: *carry coals to Newcastle* – возить уголь в Ньюкасл (возить что-либо туда, где этого достаточно);

Выявление собственно национальных свойств семантики ФЕ одного языка может осуществляться только в сопоставлении данной ФЕ с аналогами родного языка. Выявление общих черт во фразеологизмах двух языков облегчает понимание культурно-языковой специфики, особенно если в сравниваемых языках есть более или менее сходные образы и символы.

Трудности же возникают в сфере национально-культурной специфики фразеологии, когда наличие ФЕ одного языка соответствует лакунам в других сравниваемых языках, и в этом случае мы можем говорить о наличии национально-культурного компонента в маркированных реалиях. Народ всегда берет за основу фразеологизмов именно те реалии, которые присутствуют в его культуре и которые были бы легко узнаваемы и понятны всем представителям этой культуры.

Специфические особенности отражения действительности в каждом отдельно взятом языке являются предпосылкой для появления такого феномена как «языковая картина мира». Несовпадение языковых картин и наличие специфических особенностей, свойственных каждой культуре, являются причиной невозможности достижения полного понимания между представителями коммуникативного акта, относящимся к разным культурам.

Для того, чтобы выявить национальные черты в области фразеологии, следует прибегнуть к изучению фразеосемантических полей. «С помощью семантических полей становится реальной попытка проникновения в семантику фразеологизмов-идиом, выведения из внутренней формы воспроизведения национально-языковой картины мира в отдельных фрагментах, заданных тематической классификацией семантических полей» [8, с.2].

Рассмотрим особенности функционирования ФЕ с культурно-маркированной семантикой и формирования маркированных употреблений идиоматических выражений в системе английского языка на примере тематической группы «Лексика, называющая бытовые реалии» и ее подгрупп «Денежные знаки, единицы меры» и «Одежда, головные уборы».

1. Подгруппа «Денежные знаки, единицы меры»

В английском языке существует большой пласт ФЕ с лексемой *money*:

blood money – кровавые деньги;

money is the root of all evil – деньги – корень всего зла;

hot money – деньги, добытые нечестным путем;

short money – краткосрочный заем.

Еще одним репрезентантом концепта *money* является слово *penny* (пенни – английская мелкая монета, равная 1/12 шиллинга, или 1/240 фунта стерлингов):

turn an honest penny – честно зарабатывать; иметь дополнительный заработок;

penny saved is a penny gained – копейка рубль бережет;

penny dreadful – дешевый приключенческий роман, журнал;

cost a pretty penny – ударить по карману, стоит целое состояние, дорого;

penny wedding – свадьба, на которой гости в качестве подарка дарили некоторую сумму денег (чаще всего не превышающую шиллинга). Обычно основная сумма полученных денег уходила на покрытие расходов по свадьбе, остальное отдавали молодоженам.

Во фразеологии английского языка активно употреблялся репрезентант *shilling* (шиллинг – английская монета, равная 1/20 фунта стерлингов):

shilling shocker – дешевый бульварный роман;

long shilling – прибыльная работа, с достойной оплатой;

cut somebody off with a shilling – оставить без наследства;

take the King's/the Queen's shilling – записаться в рекруты (при этом вербовщики за поступление на военную службу рекрутам выдавали один шиллинг).

Другим экспонентом концепта «деньги» является слово *pound* (фунт – денежная единица Великобритании, равная 20 шиллингам, или 240 пенсам), входящее в состав следующих фразеологических выражений:

pound in the purse is worth two in the book – лучше синица в руках, чем журавль в небе;

pound of flesh – то, что полагается по закону (употреблялось в произведении У. Шекспира «The Merchant of Venice»).

И в настоящее время в языке английского народа можно встретить разнообразные неметрические меры длины, их наименования входят в состав многообразных устойчивых сочетаний. Наиболее распространенными являются ФЕ с компонентами *inch* (дюйм = 2,54 см.), *ell* (элл, локоть = 1,14 м.), *fathom* (фатом = 1,83 м.), *mile* (миля = 1,609 км.) и *yard* (ярд = 91 см.), *bushel* (бушель ≈ 36 л.), *peck* (пек ≈ 9 л.), *ounce* (унция ≈ 28 г.):

die by inches – умирать медленной смертью;

an inch breaks no square – мелочь не имеет значения, не всякое лыко в строку;

give him an inch and he'll take an ell – дай душе волю, захочется и поболее;

an inch is as good as an ell – мал золотник, да дорог;

be fathoms deep in love – быть безумно влюбленным;

fathoms deep – глубоко, основательно;

it stands out of a mile – это совершенно очевидно;
a miss is as good as a mile – если и промахнулся, то уже неважно насколько;
a clay yard – длинная глиняная курительная трубка;
talk by the yard – говорить без умолку;
hide one's light under a bushel – скрывать свой ум, талант;
a peck of troubles – куча неприятностей;
an ounce of practice is worth a pound of theory – без практики нет и теории.

2. В английских фразеологизмах, которые связаны с одеждой и головными уборами (подгруппа «Одежда, головные уборы»), можно проследить традиционный консервативный характер в манере и стиле одежды. Неотъемлемой частью одежды англичан всегда был головной убор (*a bonnet, a hat, a cap*). Раньше по головному убору можно было легко определить род занятий человека. К примеру, люди, которые носили котелки, обычно работали в качестве прислуги. Такой головной убор считался их отличительным знаком. До своих последних дней Королева Елизавета II соблюдала старые традиции и выходила в свет в шляпке.

Исходя из лексико-семантических особенностей англичан, можно выявить следующие фразеологизмы в номинации головных уборов:

he's got a bee in his bonnet – навязчивая идея;
cap everything – перейти все границы;
fling/throw one's cap over the mill/windmill – переходить все границы;
put on the black hat – выносить обвинительный приговор (в Англии, оглашая смертный приговор, судья надевал черную шапочку);
to keep something under one's hat – держать что-либо в секрете;
to throw one's hat into the ring – принять вызов;
to knock somebody into a cocked hat – победить, нокаутировать;
a feather in one's hat – предмет гордости;
cocked hat – 1) треуголка; 2) письмо, сложенное треугольником;
scarlet hat – мягкая фетровая шляпа.

Приведенные фразеологизмы содержат в своей структуре такой компонент значения, который может быть понятен только носителю данного языка.

Британцы не любят вычурности, поэтому деловой стиль им очень близок. Часто в случае встреч и переговоров они надевают однотонные костюмы (*suit*), тем самым подчеркивая строгость и формальность своего облика. Эти предпочтения нашли свое отражение в следующих фразеологизмах: *in one's birthday suit* – в чем мать родила; *to follow suit* – поступать так же, как кто-либо; следовать чьему-либо примеру; *one's long/strong suit* – сильная сторона (человека).

Исходя из всего вышеизложенного, можно сделать вывод, что национально-культурная специфика фразеологических единиц остается традиционной темой исследования в области фразеологии, а

лингвокультурологический аспект изучения языка является по-прежнему востребованным и актуальным среди лингвистов всего мира.

Список использованной литературы

1. Гумбольдт В. Язык и философия культуры: перевод с немецкого языка / Вильгельм фон Гумбольдт; сост., общ. ред. и вступ. статьи А. В. Гулыш, Г. В. Рамишвили. М., 1985. 451 с.
2. Ожегов С. И. Словарь русского языка. М., 1987. 746 с.
3. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners (MEDAL) 2007. 1748p.
4. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка: учеб. для ин-тов и фак. иностр.яз. – М., 1996. 381 с.
5. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В.Н. Телия. М., 1996. 288 с.
6. Телия В. Н. Культурно-национальные коннотации фразеологизмов (от мировидения к миропониманию) / В.Н. Телия // Славянское языкознание. XI Международный съезд славистов. М., 1993. С. 302-314.
7. Ахманова О. С., Медникова Э. М. Проблемы неидиоматической фразеологии. М., 1986. 235с.
8. Ковшова М. Л. Фразеологические коды и их роль в семиозисе культуры // Лингвистика и семиотика культурных трансферов: Методы, принципы, технологии. М., 2016. 498с.